

Освітній компонент	Вибірковий ОК 5 « Реклама інформаційної продукції »
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	061 Журналістика Журналістика і міжкультурна комунікація Реклама та зв'язки з громадськістю
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 5 семестр
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	5 кредитів, загальний обсяг 150 год. (аудиторних – 30 год., з них лекцій – 10 год., практичних – 20 год.)
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра соціальних комунікацій
Автор ОК	Канд. філол. наук, доцент Кошелюк О. В.
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання з курсу «Основи реклами та ПР»
Що буде вивчатися	Інформаційний ринок та інформаційна продукція, створення реклами, креативні технології рекламування
Чому це цікаво/треба вивчати	Медіаринок сьогодні – це не просто створення успішних медіапродуктів, а й уміння їх рекламувати та просувати, взаємодіяти з аудиторією. Курс покликаний показати, як можна ефективно взаємодіяти з читачами/глядачами, створити і запустити рекламу для вибраних інформаційних продуктів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Визначати типи, види і форми реклами та інформаційної продукції; обирати відповідні типи, категорії, реклами як оптимально-ефективні ринкові промоції; створювати фахові оригінал-макети рекламного оголошення, повідомлення, імідж-модуля інформпродукції; продукувати ефективний текст та зображення; оптимально вибирати і застосовувати творчі технології рекламування інформпродукції. Результати: Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук

	Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	<p>Після вивчення курсу здобувачі освіти набувають компетентностей:</p> <p>Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>Здатність спілкуватися державною мовою;</p> <p>Серед специфічних компетентностей:</p> <p>Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>Здатність формувати інформаційний контент.</p> <p>Здатність створювати медіапродукт.</p>